



**STRATEGI KOMUNIKASI LINGKUNGAN PEMERINTAH DALAM
MENGKAMPANYEKAN PENCEMARAN SUNGAI DI JAKARTA**

Oleh

Muhammad Faisal¹, Claudy², Zahra Zeitira³, La Mani⁴

^{1,2,3,4}Communication Departement, BINUS Graduate Program – Master Program
Master of Startegic Marketing Communication, Bina Nusantara University, Indonesia
e-mail: ¹muhammad.sidi@binus.ac.id, ²zahra.zeitira@binus.ac.id,
³claudy.diguna@binus.ac.id, ⁴la.mani@binus.ac.id

Abstrak

Air sebagai sumber kehidupan bagi seluruh makhluk hidup, terutama untuk manusia. Sungai Jakarta menjadi sebuah kasus pencemaran sungai dengan kategori tercemar berat hingga sedang. Kasus pencemaran sungai di Jakarta ini menjadi sebuah pembahasan dalam kajian komunikasi lingkungan dalam strategi; program, komunikator, pesan, media, khalayak, teknik komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengidentifikasi strategi komunikasi lingkungan pemerintah dalam mengkampanyekan pencemaran sungai di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Paradigma penelitian ini adalah konstruktivisme, jenis penelitian ini adalah case study. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dengan Humas Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta Ibu Yuli Dwi Haryati, S. I. Kom. Hasil penelitian starategi komunikasi lingkungan yang dijalankan sudah berjalan denga baik, menggunakan strategi-strategi; press release, konten media sosial, dan sosialiasi kepada masyarakat. Memberikan edukasi kepada masyarakat agar meningkatkan kesadaran dan perilaku. Analisa situasi, perencanaan dan evaluasi. Memiliki struktur komunikator, memiliki program “Jakarta Sadar Sampah” sebagai payung program DLH. Strategi pemilihan media, media sosial, media online dan media elektronik, serta startegi khalayak sasaran umum. Adapun masukannya adalah agar kampanye pencemaran sungai dibuat secara tematik agar meningkatkan kesadaran masyarakat secara umum dan mengudaksi masyarakat agar menjaga sungai sehingga kesehatan dan keberlangsungan sungai tetap terjaga, serta kesadaran dan perilaku masyarakat dalam lingkungan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategic Communication, Environmental Communication, Dinas Lingkungan Hidup (DLH) DKI Jakarta, River Pollution

PENDAHULUAN

Fenomena yang terjadi pada kota besar seperti Kota Jakarta adalah permasalahan yang mendasari pada kualitas kehidupan yaitu pencemaran air sungai. Fenomena ini merupakan permasalahan lingkungan yang amat penting untuk dikaji agar mendapatkan sebuah solusi jalan keluar. Permasalahan lingkungan pencemaran sungai ini terjadi karena banyaknya sampah-sampah yang dihasilkan oleh limbah rumah tangga, detergen hingga membuang sampah sembarangan pada sungai (www.mongabay.co.id, 2022).

Keberlanjutan sungai sangat erat kaitannya dalam menjaga dan merawat kualitas sungai, yaitu dengan mengelola sungai dengan baik. Kunci Pengelolaan Daerah Aliran Sungai (DAS), “adalah kajian daya dukung dan daya tampung. akan diketahui apa saja kegiatan yang ada dan dapat dilakukan di atas DAS tertentu, sehingga kerusakan DAS dapat diantisipasi, jika pengetahuan tentang daya tampung DAS terutama berkaitan dengan kualitas air sangat berguna untuk mendukung kehidupan makhluk hidup. Kajian daya tampung dapat menjelaskan



mulai dari debit erosi yang masuk ke aliran sungai, hingga sumber-sumber pencemaran air sungai” (<http://ppid.menlhk.go.id/>, 2019).

Jakarta terdapat aliran sungai sebanyak 13 sungai, Kali Mookervaart Kali Angke Kali Pesanggrahan Kali Krukut Kali Grogol Kali Baru Barat Kali Ciliwung Kali Baru Timur Kali Cipinang Kali Sunter Kali Buaran Kali Jati Kramat, dan Kali Cakung. (<https://p2k.unkris.ac.id>, 2023). Dari 13 sungai tersebut sudah tercemar dari tingkat pencemaran sedang hingga berat. Menurut Suci Tanjung yang dikutip dari <https://www.merdeka.com/> “Kalau kita mau lihat kondisi situasi sungai di Jakarta, hari ini memang data terakhir dari Dinas Lingkungan Hidup Jakarta yang melakukan uji coba 120 titik sungai di Jakarta itu keseluruhannya ada di fase pencemaran sedang dan berat”.

Untuk melihat situasi tersebut, terdapat penelitian kualitas sungai yang ada di Jakarta yaitu Sungai Krukut. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 yang dilakukan oleh Intan P. Rachmawati dkk menyimpulkan bahwa Status mutu air Sungai Krukut dengan menggunakan baku mutu air kelas I berada pada status tercemar berat, sedangkan apabila menggunakan baku mutu air kelas II, kualitas air Sungai Krukut berada pada status tercemar sedang hingga tercemar berat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa air Sungai Krukut sudah tidak layak digunakan air baku air minum. Potensi beban pencemaran di wilayah DAS Krukut berasal dari limbah domestik. Potensi beban pencemar domestik terbesar berasal dari Kecamatan Kebayoran Baru. Hal tersebut menandakan bahwa limbah domestik hasil dari aktivitas rumah tangga di wilayah tersebut tidak diolah secara baik sebelum masuk ke badan sungai (P. Rachmawati et al., 2017).

Data lainnya mengenai pencemaran sungai di Jakarta terdapat kasus di Sungai Pesanggrahan, penelitian pada tahun 2019 oleh Veybi Djoharam dkk, menyimpulkan bahwa “Kualitas air Sungai Pesanggrahan yang

melewati wilayah administrasi Provinsi DKI Jakarta dari arah huluke hilir telah mengalami penurunan kualitas dengan status tercemar ringan sampai sedang dan kemampuan daya tampung beban pencemaran Sungai Pesanggrahan untuk parameter BOD dan TSS telah terlampaui berdasarkan baku mutu dalam PP 82/2001 untuk Kelas II tetapi berdasarkan baku mutu dalam Kep. Gub. DKI 582/1995 untuk Golongan C daya tampung Sungai Pesanggrahan untuk parameter BOD, COD dan TSS belum terlampaui” (Djoharam et al., 2019).

Dengan hal ini permasalahan lingkungan pencemaran sungai di Jakarta sangat penting sekali untuk dibahas dan memperbaiki kualitasnya, melihat sebuah masalah lingkungan di Indonesia tidak terlepas dari bagaimana pemerintah memberikan edukasi kepada masyarakat menggunakan kampanye, program dan peran dalam hal ini bertindak biasanya adalah kementerian, dinas lingkungan hidup, hingga jaringan terkecil satuan kerja yang bergerak dalam menjaga dan mengampanyekan permasalahan lingkungan yang terkait.

Dari subjek tersebut, Pemerintah, belum terlihat sebuah hasil yang gemilang dalam hal mengkomunikasikan komunikasi lingkungan, dimana masih banyaknya masyarakat Indonesia yang belum mempunyai perilaku mencintai lingkungan hal ini sangat mendasari bahwa komunikasi lingkungan perlu strategi komunikasi lingkungan yang tepat agar terciptanya masyarakat yang mencintai lingkungannya

Terkait strategi komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi lingkungan, Komunikasi lingkungan sendiri adalah rencana dan strategi melalui proses komunikasi dan produk media untuk mendukung efektivitas pembuatan kebijakan, partisipasi publik, dan implementasinya pada lingkungan (Oepen, 1999). Komunikasi lingkungan tidak harus berorientasi pada media tetapi harus bisa



membangkitkan partisipasi masyarakat yang lebih besar, bahkan komunikasi harus mampu memberdayakan anggota masyarakat untuk bisa menjadi sumber informasi yang aktif (Flor & Cangara, 2018).

Sebuah kampanye menjadi efektif dan baik apabila menyajikannya dengan tepat diantaranya kebijakan, dan peran pemerintah. Dimana strategi kampanye sangat penting diformulasikan dengan komunikasi lingkungan. Dalam strategi komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 4 komponen yaitu 1. Komunikator, 2. Pesan Komunikasi, 3. Media Komunikasi, 4. Khalayak Sasaran (Situmeang, 2020).

Dalam komunikasi lingkungan memperhatikan retorika dan wacana lingkungan, media dan jurnalisme lingkungan, partisipasi publik dalam pengambilan keputusan mengenai isu lingkungan, Edukasi publik dan kampanye advokasi, kolaborasi lingkungan dan resolusi konflik, komunikasi risiko dan representasi isu lingkungan dalam budaya populer (Ardian, Heldi Yunan, 2019).

Selain itu penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya yang sesuai dengan komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh Mesiyanti, dkk. Mengenai Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Mengatasi Pencemaran Air Sungai Cisadane. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mengidentifikasi strategi komunikasi lingkungan dalam penanganan pencemaran Sungai Cisadane yang sudah dilakukan oleh Pemerintah Kota dan Dinas Lingkungan Hidup Kota Tangerang dan Kota Tangerang Selatan dan untuk mengembangkan strategi komunikasi lingkungan untuk mengatasi masalah pencemaran Sungai Cisadane. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi komunikasi lingkungan yang dijalankan oleh Pemerintah dan Dinas Lingkungan Hidup Kota Tangerang maupun Kota Tangerang Selatan ditinjau dari komponen komunikasi sudah berjalan dengan baik. Dalam pelaksanaan strategi ini juga dibutuhkan monitoring, evaluasi dan perlu

adanya sinergi antara pemerintah provinsi, kota maupun DLH dan dinas terkait lainnya pada setiap daerah yang dilintasi oleh Sungai Cisadane. (Mesiyanti et al, 2020)

Penelitian sejenis ini sangat erat berkaitan tentang bagaimana strategi komunikasi lingkungan pemerintah dalam mengkampanyekan permasalahan lingkungan pencemaran sungai di Jakarta, dimana penulis melihat masih sangat kurangnya strategi komunikasi lingkungan yang dirasakan langsung. Berdasarkan sebuah fenomena tersebut penulis ingin melihat bagaimana “Strategi komunikasi lingkungan pemerintah dalam mengkampanyekan pencemaran sungai di Jakarta”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal-hal tersebut terdapat empat kata kunci yang harus diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis (Sugiyono, 2012). Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif.

Paradigma adalah cara pandang atau melihat sesuatu yang hidup dalam diri seseorang dan mempengaruhi orang tersebut dalam memandang realitas sekitarnya (Ridha, N, 2017). Paradigma penelitian juga menjelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah, serta kriteria pengujian sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian (Guba & Lincoln, 1988). Pada penelitian ini menggunakan konstruktivisme, dimana pada penelitian ini melihat bagaimana mengembangkan sebuah makna dari persoalan lingkungan pencemaran sungai memandang strategi komunikasi lingkungan dari pemerintah dalam mengkampanyekan permasalahan lingkungan.

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian Case



Study. Metode penelitian studi kasus (case study) merupakan salah satu jenis penelitian yang dapat menjawab beberapa issue atau objek akan suatu fenomena terutama di dalam cabang ilmu sosial (Sri Yona, 2006). Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat sebuah fenomena permasalahan lingkungan pencemaran sungai di Jakarta dimana peneliti akan menjelaskan strategi komunikasi lingkungan dari pemerintah dalam mengkampanyekan permasalahan lingkungan pencemaran sungai.

Menurut kamus Bahasa Indonesia yang dimaksud objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian, Menurut (Supranto, 2000) obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah; strategi komunikasi lingkungan pemerintah, dan strategi greenpece dalam mengkampanyekan persoalan lingkungan pencemaran sungai di Jakarta. Menurut kamus Bahasa Indonesia subjek penelitian adalah; Yang dimaksud subyek penelitian, adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran. Adapun subyek penelitian ini adalah strategi komunikasi lingkungan untuk mengkampanyekan permasalahan lingkungan pencemaran sungai.

Dalam penelitian ini uji keabsahan data (validitas) dengan menggunakan teknik triangulasi. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Moloeng. 2004). Moloeng membedakan empat macam triangulasi diantaranya dengan memanfaatkan sumber, metode, penyidik dan teori. Pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber yang artinya, peneliti hanya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Patton, 1987).

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut, primer data menggunakan data observasi dan wawancara serta data sekunder berupa data dikumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan Observasi Nonpartisipan, karena peneliti hanya mengamati perilaku dan posisi peneliti memang benar-benar sebagai pengamat dalam penelitian ini bahwa narasumber tidak mengetahui bahwa dirinya sedang diamati. Dalam mencari informasi peneliti menggunakan jenis wawancara autonamnesa (wawancara yang dilakukan dengan subjek atau responden). Adapun tipe wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara struktur dan wawancara tak terstruktur. Dokumentasi merupakan data sekunder yang bersifat tercetak yang bertujuan untuk melengkapi data tambahan penelitian. Seperti: Foto kegiatan penelitian ketika mewawancarai narasumber, data pendukung penelitian seperti data pencemaran sungai dan sebagainya.

Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah Ibu Yuli dwi haryati S.I. Kom Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas Dinas Lingkunga Hidup DKI Jakarta dianggap kredibel dibidangnya untuk dijadikan hasil penelitian yang peneliti lakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dengan judul “Startegi Komunikasi Lingkungan Pemerintah Dalam Mengkampanyekan Pencemaran Sungai Di Jakarta”, berfokus pada pencemaran sungai yang berada di Jakarta, dengan melihat komunikasi yang dijalankan oleh pemerintah, dalam hal ini Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta. Dimana dalam pencemaran sungai ini peneliti ingin melihat, menganalisis dan mendeskripsikan sebuah kasus pencemaran sungai dalam sebuah strategi komunikasi lingkungan yang disiapkan dalam mengkampanyekan pencemaran sungai. Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan sebuah serangkaian pengumpulan data berupa



wawancara dengan perwakilan Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta dimana dalam hasilnya terdapat upaya-upaya pengkomunikasian program, fokus pencemaran sampah, dan sungai yang sudah direncanakan oleh bagian Staff Sub Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta. Namun peneliti juga akan tetap melihat bagaimana sebuah strategi yang dilancarkan oleh Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI dalam mengkampanyekan pencemaran sungai di Jakarta.

Dalam hasil wawancara terdapat informasi yang sama dengan yang saya temukan dalam sebuah berita, bahwa “karena banyaknya sampah-sampah yang dihasilkan oleh limbah rumah tangga, detergen hingga membuang sampah sembarangan pada sungai (www.mongabay.co.id, 2022)”. Menurut informan peneliti bahwa yang berperan aktif dalam bertambahnya sampah di Jakarta adalah, sampah dari hasil rumah tangga. Tetapi dengan demikian terdapat masalah yang lebih krusial adalah merubah perilaku masyarakat terhadap membuang sampah yang masih sembarangan, dengan ini DLH. DKI. Jakarta mempunyai sebuah strategi komunikasi lingkungan yang disiapkan agar upaya-upaya dalam mengkomunikasikan lingkungan efektif dijalankan.

Strategi yang matang dan konseptual merupakan peranan penting dalam membuat sebuah strategi agar program-program dan kampanye komunikasi lingkungan efektif. Mengkampanyekan berarti terdapat sebuah program, program yang terdapat disini adalah 3 isu tematik dimana isu ini merupakan isu yang akan diangkat dalam tahun ini yaitu, Pengurangan Sampah, Pengendalian Kualitas Udara, dan Perubahan Iklim. Pemilihan media yang paling utama adalah menjangkau semua khalayak umum, karena kepentingan ini merupakan kepentingan seksama agar semuanya terdampak informasi penting lingkungan. Sehingga untuk menjalankan sebuah strategi komunikasi dibutuhkan

langkah-langkah strategis dalam kajian pemilihan strategi komunikasi lingkungan yaitu, Program Komunikasi Lingkungan, Teknik Komunikasi, Pemilihan Komunikator, Pesan Yang Disampaikan, Pemilihan Media, dan Khalayak Sasaran.

Analisis Strategi Komunikasi Lingkungan Pemerintah Dalam Mengkampanyekan Pencemaran Sungai Di Jakarta Bagaimana program Dinas Lingkungan Hidup dalam mengkampanyekan pencemaran sungai di Jakarta.

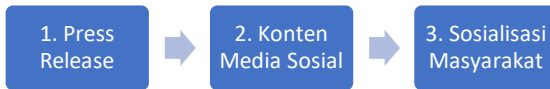
Program tematik yang dijalankan oleh Dinas Lingkungan Hidup terdapat 3 isu utama yang menjadi fokus, yaitu : Pengurangan Sampah, Pengendalian Kualitas Udara dan Adaptasi Perubahan Iklim. Hal ini menjadi sebuah strategi komunikasi oleh Dinas Lingkungan Hidup, dalam kata lain tidak ada program khusus untuk penemaran sungai, melainkan terdapat strategi komunikasi untuk 3 isu utama DLH. Ketika terdapat sebuah kasus tematik tersebut DLH akan membuat sebuah press release untuk mengkomunikasikan kasus tersebut secara langsung.

“Nah strategi komunikasi yang kita lakukan mungkin lebih ke strateginya, bukan bentuk program tapi langsung, langsung to the point aja jadi kita langsung buat press release tanpa adanya struktur strategi komunikasi yang secara khusus, karena strategi komunikasi yang secara khusus hanya di kita buat untuk isu pengurangan sampah, mengendaliin kualitas udara, sama perubahan iklim. Tapi di luar dari itu mungkin hanya dalam bentuk eee press release saja enggak ada program untuk spesifikasi strategi komunikasi” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Dalam pelaksanaannya strategi komunikasi lingkungan DLH. DKI. Jakarta dilihat dari Tahapan-tahapan Pengkomunikasian Komunikasi Lingkungan, dibawah ini :



Tabel. 1 Tahapan Pengkomunikasian Strategi Komunikasi Lingkungan Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta



Dalam tabel diatas terdapat 3 tahapan yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta.

“Misalkan karena limbah yang dibuang sembarang oleh masyarakat umum selain sosial media terus press release, mungkin kita akan melakukan sosialisasi secara langsung ke masyarakatnya jadi ada himbauan-himbauan kayak tidak membawa sampah sembarangan karena berdampak buruk bagi sungai, itu mungkin jadi tiga tahap itu yang pertama kedua konten sosial media kita dan ketiga sosialisasi langsung masuk ke masyarakat dan lewat RT RW setempat” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta)

Juga terdapat masalah utama dalam pencemaran sungai ini adalah sampah yang menjadi sumber utama permasalahan juga perilaku masyarakat yang masih gemar membuang sampah sembarangan, dengan adanya kasus tersebut Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta. Membuat strategi dengan 3 tahapan tabel diatas untuk membentuk sebuah motivasi masyarakat dengan menumbuhkan kesadaran membuang sampah.

Press Release kepada media, membuat konten-konten untuk media sosial internal, hingga sosialisasi langsung kepada masyarakat yang juga dibantu oleh rt dan rw lingkungan tersebut merupakan sebuah cara mengkampanyekan 3 program tersebut, termasuk pencemaran sungai.

Dalam meningkatkan kesadaran perilaku akan sampah sangat diperlukan salah satu dengan cara mengedukasi masyarakat agar tidak membuang sampah sembarangan, seperti

pembuangan sampah bantar gebang yang akan penuh dalam beberapa waktu terakhir, apabila tidak menggerakkan masyarakat akan pentingnya mengelola sampah, dalam waktu beberapa tahun terakhir akan berkapsitas penuh.

Adapun upaya-upaya Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta. dalam meningkatkan edukasi pengelolaan buang sampah sebagai berikut :

Tabel. 2 Edukasi Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta



Edukasi yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta dengan metode secara langsung, dengan membuat konten hingga sosialisasi.

“Nah mangkannya dilakukan edukasi biar mereka mengelola sampahnya, enggak buang sampah sembarangan, terus mengurangi penggunaan berlebihan, menggunakan kantong belanja ramah lingkungan misalnya, menggunakan tupper ware, terus tidak membuang sampah sembarangan ke sungai, itukan merupakan upaya-upaya yang kita jadikan konten terus edukasi secara langsung kepada masyarakat apa sih yang mereka bisa lakukan” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Bagaimana teknik komunikasi Dinas Lingkungan Hidup dalam membujuk dan memotivasi khalayak untuk berpartisipasi dalam mengkampanyekan pencemaran sungai di Jakarta.

Metode komunikasi sering kali dikenal dengan teknik komunikasi, yaitu cara yang

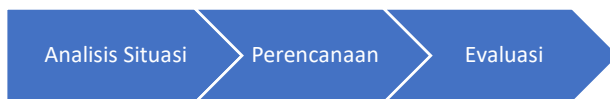


digunakan dalam menyampaikan informasi dari komunikator ke komunikan dengan media tertentu. Dengan adanya teknik ini diharapkan setiap orang dapat secara efektif melakukan komunikasi satu sama lain dan secara tepat menggunakannya (Mulyana, 2005).

Dari hasil wawancara peniliti didapatkan hasil dari teknik komunikasi yang disampaikan oleh Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta adalah sebuah ajakan atau dengan cara mempersuasi menggunakan media-media, konten-konten dengan mengikuti baku strategi komunikasi dari Humas Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta.

Adapun strategi komunikasi yang Humas Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta lakukan sebelum melaksanakan sebuah strategi adalah, membuat analisis situasi, perencanaan dan evaluasi.

Tabel. 3 Baku Strategi Komunikasi Humas Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta



Humas akan menganalisa sebuah kasus terlebih dahulu dengan membuat sebuah perencanaan, dimana dalam perencananan pengkomunikasiannya terdapat sebuah teknik yang disiapkan, seperti : Sosialisasi, dan konten di media sosial. Juga membuat editorial planning (perencanaan), ini merupakan sebuah teknik komunikasi Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta miliki.

“Sosialisasi maupun media sosial, terus di dalamnya itu editorial plan, editorial plan tuh nggak hanya bentuk untuk kontennya aja Kak, editor plan juga sebenarnya dibentuk kayak misalnya kita liputan ke lapangannya entar sosialisasi karena harus dikasih output eee dokumentasi untuk diinformasi kalau kita tuh sudah melakukan sosialisasi” (Ibu Yuli –

Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Dalam teknik-teknik komunikasi yang disampaikan oleh Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta, peneliti mendapatkan kembali sebuah permasalahan yang paling mendasar dalam kasus ini adalah, perilaku. Dimana perilaku merupakan sebuah rintangan berat untuk merubah kearah yang lebih baik.

“Merubah perilaku itu butuh waktu yang lama dan pelan-pelan kita nggak bisa kayak, eh jangan buang sampah sembarangan itu sudah tabiat mereka dari dini buang sampah sembarangan karena butuh waktu yang lama yang sulit karena merubah cara pandang mereka” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

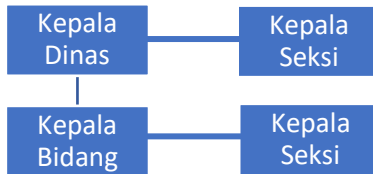
Dengan permasalahan ini sehingga menimbulkan ketidakefektifan dalam menerima informasi dan adopsi informasi sehingga masyarakat tergerak dalam permasalahan sampah, karena dalam perubahan perilaku menurut Petrocelli, JV dalam jurnalnya mengatakan bahwa, Tahapan perubahan dari Transtheoretical Model yaitu prekontemplasi, kontemplasi, persiapan, tindakan, pemeliharaan, dan terminasi (Petrocelli, JV, 2002).

Bagaimana strategi pemilihan komunikator Dinas Lingkungan Hidup dalam mengampanyekan pencemaran sungai di Jakarta.

Pada aspek komunikator Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta dapat ditinjau dari struktur komunikator yang disiapkan oleh Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta.



Tabel. 4 **Struktur Komunikator Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta**



Dalam struktur diatas Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta memilih komunikator utama adalah Kepala Dinas, dimana kepala dinas memegang penuh isu-isu lingkungan hidup dengan demikian komunikator utama ini mempunyai kredibiilitas yang tinggi dan juga kompeten dalam bidangnya. Seperti kita tahu untuk menjadi komunikator yang baik diperlukan daya tarik dan kredibilitas (Situmeang, 2020).

Tetapi apabila kepala dinas tidak dapat menjadi komunikator utama dapat diwakilkan oleh kepala bidang yang sesuai dengan tugasnya sebagai komunikator utama kedua. Apabila dari komunikator-komunikator tersebut terdapat kekurangan informasi atau akan ada tambahan informasi dapat ditambahkan oleh kepala seksi, seperti pada tabel. 4 diatas.

“Kalau untuk komunikator dari biasanya kalau untuk di dinas lingkungan hidup sendiri yang pasti itu Kepala Dinas, karena kan kepala dinas yang punya wewenang penuh terkait isu lingkungan hidup kan, terus kalau misalkan Kepala Dinas tidak apa tidak mau, misalkan itu bisa dibekap oleh Kepala Bidang terkait. Nah dan terkait yang memegang itu tentang pencemaran sungai itu ada di bidang pengendalian pencemaran kerusakan lingkungan, pun nanti biasanya kalau misalnya Kepala Bidang mau nah ada tambahan lagi untuk komunikator itu bisa kepala seksinya langsung, itu kalau untuk di

sturukut dinas” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Dalam kebutuhan untuk menjadi narasumber dalam media-media biasanya kepala dinas, kepala bidang dan bisa ditambahkan informasi-informasi oleh kepala seksi. Untuk kepala biro, dan kepala seksi sifatnya tamabahan, karena yang utama ketika press release cukup dengan Kepala Dinas. Dan untuk keperluan komunikator eksternal Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta akan berkolaborasi dengan praktisi-praktisi handal seperti analis dari Universitas Indonesia dan lainnya, karena memiliki daya tarik dan kredibilitas yang baik.

“Tapi kalau misalkan dari eksternalnya mungkin bisa pakar dari apa ahli analisis dari UI atau dari kampus-kampus yang lain yang memang mereka mengerti dan memahami pencemaran sungai di Jakarta yang mereka analisis” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Melihat terdapat beberapa komunikator yang dapat berbicara didepan media, Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakart mempunyai sebuah minimum untuk menjadi komunikator, dalam hasil interview peneliti mendapatkan bahwa cukup satu saja untuk menjadi komunikator dalam penyampaian kepada media, seperti press release. Tetapi apabila terdapat sebuah kegiatan yang berhubungan dengan linkungan hidup yang akan dikerjasamakan oleh Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta akan menyesuaikan dengan jumlah komunikatornya dengan kata lain penyesuaian jumlah komunikator sangat memungkinkan dengan melihat sisi kebutuhan dan pemenuhan.

“Kalau selama ini sih kita buat press release kalau ada pak Kadis cukup, tapi kalau ada bantuan ucapan lagi dari kepala biro, kepala seksi gak apa apa kalau ada tambahan. Tapi selama ini dari kepala dinas aja cukup kecuali misalkan ada event bukan ada event misalnya ada FGD tentang udara tentang



.....
kolaborasi Dinas Lingkungan Hidup sama BMKG untuk melihat kualitas udara di Jakarta misalkan nah itu baru komunikatornya itu tambah dari pihak BMKG, gitu jadi enggak cuma dari kepala dinas lingkungan hidup aja itu untuk mengatakan komunikatornya” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Bagaimana pesan yang disampaikan oleh Dinas Lingkungan Hidup dalam mengampanyekan pencemaran sungai di Jakarta.

Pesan pada dasarnya adalah produk dari komunikator yang disampaikan kepada komunikan (publik) baik secara langsung maupun melalui media. Pesan biasanya diikuti oleh motif komunikator. Berarti setiap pesan yang bersifat intensional mempunyai tujuan. Tujuan tersebut digunakan mencapai kekuasaan, baik kekuasaan secara sosial, politik, ekonomi dan budaya (Purwasito, Andrik. 2017). Dan suatu hal yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak sasaran dan memiliki tujuan tertentu (Situmeang, 2020).

Dalam penjelasan diatas dapat diketahui pesan merupakan produk dari komunikator yang memiliki tujuan tertentu seperti kekuasaan ataupun sasaran tertentu. Dalam hasil wawancara peneliti dengan informan mendapatkan isi pesan atau tujuan sebuah pesan yang disampaikan oleh Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta untuk mensukseskan program-programnya adalah “Tidak Membuang Sampah Sembarangan”. Pesan ini merupakan sebuah benang merah yang terdapat di masyarakat dengan kesadaran dan perilaku yang sangat rendah sehingga sebuah pesan ini sangat sulit untuk dipahami dan disadari oleh masyarakat. Pesan sampah tersebut merupakan cerminan masyarakat DKI Jakarta, karena diatas presentasi sampah di Jakarta di dimoniasi oleh sampah rumah tangga, dengan demikian menjadi hal yang serius dan perlu dikomunikasikan dengan pesan utama “Tidak Membuang Sampah Sembarangan”.

.....
“Sebenarnya pesan yang disampaikan untuk pencemaran sungai itu pesan utamanya sebenarnya untuk “tidak membuang sampah sembarangan” ya kak itu pesan utama, benang merahnya” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Pemerintah sudah Menyusun strategi agar pengkomunikasian sebuah strategi komunikasi lingkungan berjalan dengan baik dan efektif, seperti editorial plan untuk melihat dan menganalisis sebuah efektifitas program oleh Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta. Analisis sekitar, merupakan strategi ketika terdapat kasus pencemaran sampah di sungai dengan melihat penanggulangan pencemaran sungai dan Langkah-langkah yang bisa dilakukan selain membuang sampah sembarangan sebagai solusi.

“Cuman ya balik lagi tetap kita menyusun strategi komunikasi, analisis sekitar, penanggulangan pencemaran sungainya kayak gimana tuh, langkah-langkah yang bisa dilakukan selain buang sampah sembarangan apa aja sih yang bisa membantu mengurangi pencemaran sungai kayak gitu” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Demi menjangkau sebuah pesan ini, terdapat sebuah program untuk mengajak masyarakat sadar terhadap sampah dengan nama program “Jakarta Sadar Sampah”. Berdasarkan Buku Pedoman dan Visual Jakarta Sadar Sampah Brandbook “Jakarta Sadar Sampah adalah sebuah wadah kolaborasi yang ingin mewujudkan Jakarta yang lebih bersih dan hijau lewat kesadaran untuk nmenanggulangi dan memanfaatkan sampah secara lebih baik. Mulai dan i pemerintah, komunitas, bisnis, hingga individu, Jakarta Sadar Sampah mengajak semua pihak untuk bekerja sama dan turut terlibat melalui tiga aksi nyata: mengurangi, memilah, dan mengolah sampah” (Peraturan Gubernur Daerah Khusus Ibukota Jakarta No. 113 Tahun 2021 Tentang Penjemaan Jakarta Sadar Sampah).



“Sebenarnya bukan komunitas ka, Jakarta sadar sampah itu jatohnya program, gerakan Jakarta sebenarnya sama kalau kayak kakak sering dengar Jakarta plus itu sama kayak gitu programnya. Program Jakarta untuk mengajak masyarakat eh Um Aware terhadap sampah mereka makanya namanya program Jakarta sadar sampah, bukan komunitas tapi Jakarta sadar sampah itu menaungi semua komunitas terkait sampah di Jakarta” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Bagaimana strategi pemilihan media Dinas Lingkungan Hidup dalam mengampanyekan pencemaran sungai di Jakarta.

Dalam menyebarkan informasi, program pemerintah menggunakan konsep “Media yang memiliki *Impact* yang luas”. Karena dalam menyebarkan informasi yang dimiliki oleh pemerintah perlu hingga pelosok dan memerlukan fasilitas yang tidak terlalu mahal, dan efisien. Media pada jaman sekarang ini sangat unik, dan segmentasi yang sempit, dengan demikian pemilihan media untuk sebuah program ini sangat memerlukan keluasan jangkauannya bagi masyarakat luas agar dapat diterima dan dikonsumsi sebuah pesannya.

“Media sosial, media online sebagai strategi Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta karena media-media jaman modern pada saat ini menjangkau sangat luas disemua kalangan. Pemerintah juga masih menggunakan TV/media elektronik sebagai perpanjangan tangan informasi tetapi melihat dari efektifitasnya masih memilih media sosial dan media online. Untuk strategi yang kita lakukan untuk pemilihan media itu kita melihat jangkauannya sih kak, seberapa besar sih media ini impactnya menjangkau masyarakat secara luas. Kalau misalkan media sosial sudah pasti jangkauannya luas nah kalau untuk media online kalau saat ini masyarakat banyak enggak sih yang nonton TV? pasti ternyata media online kan. Ya udah akhirnya Media

online yang kita perbanyak strateginya untuk menyusun rilis yang udah kita buat” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Adapun media-media rekanan pemerintah terdapat Internal Media dan Eksternal Media, untuk internal media menggunakan Berita Jakarta, dan untuk eksternal seperti, Liputan6, CNN dan sebagainya. Untuk media dengan fokus utama adalah Media Sosial, seperti Instagram, Twitter dan Facebook.

“Saat ini kita fokusnya di Instagram, twitter, sama facebook sih di tik tok kita belum masuk udah ada beberapa tapi belum terlalu fokus karena memang target audience kita selama kita analisis kebanyakan tuh di Instagram sama Facebook, di dua itu” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Tabel. 5 Strategi Pemilihan Media Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta

Media Sosial

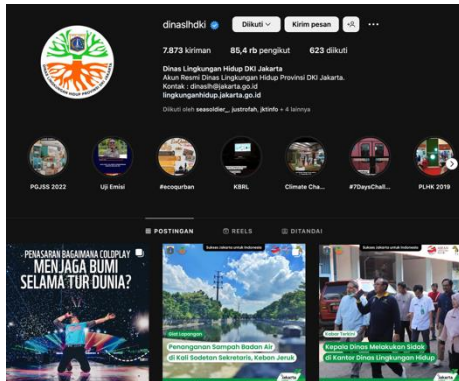
Twitter	Instagram Facebook
---------	-----------------------

Media online

Liputan 6	Berita Jakarta CNN
-----------	-----------------------

Media Elektronik

Gambar 1. Akun Instagram Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta



Gambar 2. Akun Twitter Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta



Gambar 3. Akun Facebook Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta



Bagaimana khalayak sasaran kampanye pencemaran sungai yang disampaikan oleh Dinas Lingkungan Hidup di Jakarta.

Pada strategi khalayak sasaran kampanye pencemaran sungai, yang menjadi khalayak sasaran Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta adalah Masyarakat Umum di Provinsi Daerah Istimewa Jakarta, meliputi : Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Selatan, Jakarta Utara, Jakarta Pusat dan Kepulauan Seribu.

Pemilihan masyarakat secara umum menjadi kunci bagi pengaplikasian strategi komunikasi lingkungan, seperti diketahui bahwa penyebab pencemaran sungai adalah permasalahan sampah dimana dari permasalahan itu terdapat kesadaran dan perilaku masyarakat. Dengan jumlah sampah terbanyak di DKI. Jakarta adalah sampah rumah tangga dan industri sehingga pencemaran sungai di Jakarta sulit dibendung sehingga tiap tahun tidak dapat dikembalikan menjadi sungai yang sehat. Dengan memilih masyarakat umum menjadi khalayak sasaran pemerintah dalam mengkapamanyekan permasalahan sungai diharapkan meberika efek positif bagi perubahan dan perilakunya, dalam penyebaran informasi yang luas dan general jagan pemerintah sebagai fasilitas dan layanan masyarakat sehingga segala informasi yang disampaikan agar diketahui secara luas.

“Menentukan khalayak sasaran sih sebenarnya karena kita kan lingkungan hidup pasti keterkaitannya pada masyarakat langsung udah pasti target sasaran kita Masyarakat, layanan masyarakat. Jadi kayak gimana bagaimana caranya biar informasi mengenai apa yang sudah kita lakukan dan yang bisa mereka lakukan bisa dilihat gitu, makanya target sasarannya tetap masyarakat umum” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

Pemilihan kata-kata, redaksi dalam media agar dapat dimengerti secara efektif menggunakan kalimat umum, sehingga masyarakat mudah memahami pesan yang disampaikan.

“Redaksi buat itu kita jarang menggunakan bahasa-bahasa yang memang



.....
sulit, redaksi yang itu kita buat secara general mungkin agar masyarakat umum bisa paham apa sih itu, makanya setiap misalnya ada kandungan apa di atas Nanti di poin paragraf kedua kita kasih tahu kalau kandungannya itu mengandung ini ini ini jadi kita buat general gitu” (Ibu Yuli – Staff Sub. Kelompok Penyuluhan dan Humas DLH. DKI. Jakarta).

KESIMPULAN

Berdasarkan pada penelitian diatas dengan judul Strategi Komunikasi Lingkungan Pemerintah Dalam Mengkampanyekan Pencemaran Sungai di Jakarta telah sudah berjalan dan terlaksana dengan baik. Dalam hasil pada pertanyaan penelitian “Program Kampanye” Dinas lingkungan hidup tidak terdapat sebuah program khusus pencemaran sungai, karena fokus mereka adaah 3 isu utama, yaitu “Pengurangan Sampah, Pengendalian Kualitas Udara, dan Perubahan Iklim”, dimana pencemaran sungai masuk dalam isu pengurangan sampah dan kampanye merupakan sebuah program dalam strategi komunikasi pemerintah. Adapun masukan lainnya adalah, diharapkan kampanye pencemaran sungai dibuat tematik khusus agar kualitas air hingga hidup masyarakat lebih sehat dengan cara strategi-strategi yang sudah dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup DKI. Jakarta juga masalah kesadaran dan perilaku masyarakat dalam lingkungan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardian, Heldi Yunan. "Kajian teori komunikasi lingkungan dalam penelitian pengelolaan sumber daya alam." *Jurnal PERSPEKTIF Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Dan Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta* (2019).
- [2] Agustina, R.D., DH, A.F. and Wilopo, W., 2016. *Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Hijau Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Strata-1 Angkatan 2012/2013 Dan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Tis* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- [3] Aprilisya, N.P.E., Kerti Yasa, N.N. and Giantari, I.G.A.K., 2017. *Peran sikap memediasi pengaruh pemasaran hijau terhadap niat beli produk ramah lingkungan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- [4] Cerya, E. and Evanita, S., 2021. Strategi Komunikasi Lingkungan dalam Membangun Kepedulian Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah Rumah Tangga. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 6(2), pp.136-144.
- [5] Danciu, V., 2012. The Green Marketing at Work: The Push-Pull Effects of the Green Communication Strategies. *Romanian Economic Journal*, 15(46).
- [6] Dasrita, Y., Saam, Z., Amin, B. and Siregar, Y.I., 2015. Kesadaran Lingkungan Siswa Sekolah Adiwiyata. *Dinamika Lingkungan Indonesia*, 2(1), pp.61-64.
- [7] Junaedi, M.S., 2015. Pengaruh kesadaran lingkungan pada niat beli produk hijau: Studi perilaku konsumen berwawasan lingkungan. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), pp.189-201.
- [8] Juliana, J., Djakasaputra, A. and Pramono, R., 2020. Green perceived risk, green viral communication, green perceived value against green purchase intention through green satisfaction. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(2), pp.124-139.
- [9] Laksmi, A.D. and Wardana, I.M., 2015. *Peran sikap dalam memediasi pengaruh kesadaran lingkungan terhadap niat beli produk ramah*



-
- lingkungan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- [10] Lestari, P., Kusumayudha, S.B., Paripurno, E.T. and Ramadhaniyanto, B., 2016. Komunikasi Lingkungan untuk Mitigasi Bencana Erupsi Gunung Sinabung. *Jurnal Aspikom*, 3(1), pp.56-64.
- [11] Situmorang, J.R., 2011. Pemasaran hijau yang semakin menjadi kebutuhan dalam dunia bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2).
- [12] Qurniawati, R.S., 2018. Theoretical Review: Teori Pemasaran Hijau. *Among Makarti*, 10(2).
- [13] Ridha, N., 2017. Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), pp.62-70.
- [14] Utami, K.S., 2020. Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2), pp.208-223
- [15] Pratiwi, S.A. and Hidayat, D., 2020. Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 Di Media Sosial dan Perilaku Masyarakat di Jawa Barat. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(02).
- [16] Wahyono, E., 2017. GO GREEN SEBAGAI SALAH SATU MODEL PENDIDIKAN KARAKTER. *Model Pendidik. Karakter*.
- [17] Wahyudin, U., 2017. Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan. *Jurnal Common*, 1(2).



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN